

**Nebulosa  
Figuren des Sozialen**

**08/2015**

# **Hunger**

**Herausgegeben von Eva Holling,  
Matthias Naumann und Frank Schlöffel**

**Sonderdruck**

**Neofelis Verlag**

## **Nebulosa – Figuren des Sozialen**

08/2015: Hunger

Hrsg. v. Eva Holling / Matthias Naumann / Frank Schlöffel

### **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

**© 2016 Neofelis Verlag GmbH, Berlin**

[www.neofelis-verlag.de](http://www.neofelis-verlag.de)

Alle Rechte vorbehalten.

Umschlaggestaltung: Marija Skara

Druck: PRESSEL Digitaler Produktionsdruck, Remshalden

Gedruckt auf FSC-zertifiziertem Papier.

ISSN: 2193-8490

ISBN (Print): 978-3-95808-003-4

ISBN (PDF): 978-3-95808-090-4

Erscheinungsweise: zweimal jährlich

Jahresabonnement 22 €, Einzelheft 14 €

Erhältlich in Ihrer Buchhandlung oder direkt beim Neofelis Verlag unter:  
[vertrieb@neofelis-verlag.de](mailto:vertrieb@neofelis-verlag.de)

Ein Abonnement verlängert sich automatisch um ein Jahr, wenn die Kündigung nicht mindestens drei Monate vor Ende des Kalenderjahrs erfolgt ist.

## Inhalt

Editorial .....	7
<i>Michaela Zöhrer</i> Das ‚Hungerkind‘ (in) der Praxis internationaler Hilfsorganisationen.....	11
<i>Manuela-Claire Warscher</i> „... da ein Notstand der Bevölkerung im eigentlichen Sinne nicht bestehe ...“ Hunger, Not und Armut in der Habsburger Monarchie .....	25
<i>Isabella Marcinski</i> Die Erfahrung von Hunger in der Anorexie. Leibliches Erleben und soziale Kontexte .....	36
Bildstrecke von <i>Rolf Bier</i> .....	45
<i>Frederike Felcht</i> Wider die Satttheit. Elmer Diktonius’ Poesie des Hungers .....	57
<i>Felix Lenx</i> Vom Hunger der Augen. Dilemmata in Goethes Schaulust .....	70
<i>Benjamin Möckel</i> Empathie als Fernseh ereignis. Bilder des Hungers und das Live Aid Festival 1985 .....	83
<i>Gregor Balke</i> <i>The Walking Dead</i> und der Hunger nach mehr. Zum Verhältnis von Zombie und Zuschauer .....	94
<i>Christiane König</i> Warum Prinzessin, jetzt? Ein Kommentar zu <i>Nebulosa 07/2015</i> .....	109
Abbildungsverzeichnis.....	116

# Das ‚Hungerkind‘ (in) der Praxis internationaler Hilfsorganisationen

Michaela Zöhner

Fragt man nach der wichtigsten Ikone der Praxis international tätiger Hilfsorganisationen, liegt eine Antwort besonders nahe: Es ist das hungernde Kind. Sein Körper ist ausgemergelt, bisweilen hat es einen sogenannten Hungerbauch; es erscheint isoliert, mit Ausnahme vielleicht von seinen Körper belagernden Fliegen oder internationalen Helfer\_innen, gerne ‚Helden in Weiß‘ oder prominente Persönlichkeiten. Das sogenannte Hungerkind ist das traurige und schockierende, mit den Jahren zunehmend in die Kritik geratene Kultbild, das neben fernem Hunger und Leiden vor allem der Praxis der ‚internationalen Hilfscommunity‘ ein medien-öffentliches Gesicht gab, letztgenannter bis heute eine geteilte humanitäre Identität verleiht.<sup>1</sup>

Ich zeige im vorliegenden Beitrag auf, inwiefern das ‚Hungerkind‘ einen (identitäts-)konstitutiven Angelpunkt (in) der Praxis internationaler nicht-staatlicher Hilfsorganisationen<sup>2</sup> darstellt. Diese Sichtweise wird nicht nur von historischen Betrachtungen nahegelegt, sondern bestätigt sich auch in der Gegenwart, in der das visuelle Hungerkind-Motiv wenn nicht verschwunden, dann doch seltener in der öffentlichen Kommunikation von Hilfsorganisationen zu beobachten ist. Ich stelle nachfolgend dar, inwiefern das ‚Hungerkind‘ von einem Bildmotiv im engeren Sinne zu einem Sinnbild humanitärer Repräsentationspraxis und deren Kritik avancierte. Abschließend diskutiere ich, inwiefern das ‚Hungerkind‘ auch jene gegenwärtige Kommunikation von Hilfsorganisationen ausmacht und durchzieht, die sich von der Reproduktion des visuellen Hungerkind-Motivs – bisweilen explizit – distanziert.

1 Kate Manzo: *Imaging Humanitarianism. NGO Identity and the Iconography of Childhood*. In: *Antipode* 40,4 (2008), S. 632–657.

2 Angesprochen sind als internationale Hilfsorganisationen nicht nur eine Vielzahl an Nichtregierungsorganisationen (NGOs), sondern die von mir bewusst sehr offen gewählte Formulierung schließt potentiell auch das Internationale Komitee des Roten Kreuzes sowie Organisationen der Vereinten Nationen (United Nations, UN) wie das UN-Kinderhilfswerk UNICEF, die UN-Flüchtlingshilfe des UNHCR oder das World Food Programme (WFP) mit ein.

## Ferner, (un-)sichtbarer Hunger

Hunger erscheint vor dem heutzutage von einer internationalen Hilfscommunity im Schulterschluss mit den Massenmedien aufgespannten Horizont vornehmlich als ein Problem, das in der sogenannten Dritten Welt bzw. im ‚globalen Süden‘ zu verorten ist. Dieses Problem gelte es insbesondere ‚vor Ort‘ anzugehen, d. h. entweder mittel- bis langfristig durch Entwicklungsmaßnahmen zu bewältigen oder akut am medizinisch-individuellen Körper zu kurieren.<sup>3</sup> Zugleich muss es einer ‚heimischen‘ (Medien-)Öffentlichkeit, die dem Elend und der Not nicht mit eigenen Augen ansichtig werden kann, nahegebracht werden – insbesondere um Spenden, eventuell auch weitergehenden Aktivismus zu mobilisieren. Aus der Warte des so adressierten Publikums, das in der Regel als homogene, *weiße*<sup>4</sup>, nicht-hungernde, in Sicherheit geborgene Öffentlichkeit imaginiert wird,<sup>5</sup> handelt es sich stets um einen *fernen* Hunger – um einen Hunger, der medial vermittelt und medial konstituiert ist.

Wird Hunger als eine *innere* „Qual, die durch einen Mangel an Nahrung erzeugt wird“<sup>6</sup>, verstanden, dann ist erforderlich, dass die mit ihm einhergehenden „körperliche[n] Schmerzen und psychische[n] Leiden nicht in ihrer Sprachlosigkeit ungehört bleiben“, sondern es diesen „gelingt, die Kommunikation der Gesellschaft zu irritieren und dort neue Differenzen auszulösen.“<sup>7</sup> Damit Hunger für andere, d. h. *sozial* real wird, ist es also notwendig, dass er sichtbar bzw.

3 Nur am Rande berücksichtigen werde ich nachfolgend jenen ‚Kampf gegen den Hunger‘ vonseiten nichtstaatlicher Organisationen, der sich als Advocacy-Praxis versteht und dabei das Menschenrecht auf Nahrung in den Vordergrund rückt.

4 *Weiß* und *schwarz* bezeichnen keine biologischen Marker, sondern sind als gesellschaftliche und politische Konstrukte zu verstehen. Vgl. hierzu Alexander Thattamannil-Klug: *Othering – zu „Anderen“ gemacht. Ein in der Friedenspädagogik vernachlässigtes Phänomen*. In: *Zeitschrift für Friedens- und Konfliktforschung* 4,1 (2015), S. 147–162.

5 Kritisch hierzu: Jonathan Corpus Ong: „Witnessing“ or „Mediating“ Distant Suffering? Ethical Questions across Moments of Text, Production, and Reception. In: *Television & New Media* 15,3 (2014), S. 179–196.

6 Ekin Birol/Klaus von Grebmer/Purnima Menon/Nilam Prasai/Amy Saltzman/Andrea Sonntag/Jennifer Thompson/Doris Wiesmann/Sandra Yin/Yise-hac Yohannes: *Welthunger-Index 2014: Herausforderung verborgener Hunger*. Bonn/Dublin/Washington, DC: Welthungerhilfe/Internationales Forschungsinstitut für Ernährungs- und Entwicklungspolitik/Concern Worldwide 2014, S. 7.

7 Gunther Teubner: Die Anonyme Matrix: Zu Menschenrechtsverletzungen durch ‚private‘ transnationale Akteure. In: *Der Staat* 45,2 (2006), S. 161–187, hier S. 172.

greifbar wird.<sup>8</sup> Von besonderer Bedeutung sind im Interventionskontext wie auch in der öffentlichen Kommunikation von Hilfsorganisationen neben anthropometrischen Vermessungsverfahren<sup>9</sup> insbesondere jene ‚natürlichen‘ somatischen Spuren, die Hunger respektive Unterernährung ‚offensichtlich‘ machen: Der erwähnte Hungerbauch, der mit der Proteinmangel-Erkrankung Kwashiorkor einhergehen kann, ist ein ebenso extremes wie bekanntes Beispiel. Ebenfalls vertraut sind weitere visuelle Marker von Hunger bzw. krasser Mangelernährung, die am individuellen Körper festgemacht werden können, wie hervorstehende Rippen als Zeichen der Auszehnung, eingefallene Gesichter oder apathische und leere Blicke.<sup>10</sup> Es handelt sich in keinem dieser Fälle um Hunger ‚als solchen‘, sondern um eine mitunter medial hervorgebrachte Hunger-Ikonographie: „an iconography of symbols that stand in for pain and thus become the representational alibis for actual pain.“<sup>11</sup> Entsprechende *körperliche* Sichtbarkeitsmarker und ‚Sichtbarkeitsmacher‘ prägen maßgeblich das massenmedial vermittelte, via Fotografie und Film mitgezeichnete (Elends-)Bild eines fernen Hungers.

### Hunger als humanitärer Beweggrund

Dass Hunger erst zu einem sozialen Problem werden musste, bevor dieser etwa zu karitativer Anteilnahme oder politischem Protest bewegen konnte, betont der Historiker James Vernon in *Hunger: A Modern History*<sup>12</sup>. Hunger, verstanden als göttliche Fügung, war (und ist) Vernon zufolge ebenso ungeeignet, außenstehende Personen zu aktivieren, wie ein Hunger, der als individuelles Versagen der

8 Auch der ‚Welthunger‘ und dessen Entwicklung über die Jahre hinweg werden regelmäßig sicht- bzw. greifbar gemacht, bspw. via Statistiken, Balkendiagrammen oder Hunger-Weltkarten. Ich konzentriere mich in diesem Beitrag auf personenbezogene statt länder- oder regionenspezifische Repräsentationen von Hunger.

9 Angesprochen sind damit Praxen der Körpervermessung. Gemessen wird etwa die Größe, das Gewicht oder der Oberarmumfang via Waage, Maßband oder MUAC (Mid-Upper Arm Circumference) Band.

10 Vgl. auch Heide Fehrenbach: *Children and Other Civilians. Photography and the Politics of Humanitarian Image-Making*. In: Dies./Davide Rodogno (Hrsg.): *Humanitarian Photography*. New York: Cambridge UP 2015, S. 165–199, hier S. 168.

11 Elizabeth Dauphinée: *The Politics of the Body in Pain: Reading the Ethics of Imagery*. In: *Security Dialogue* 38,2 (2007), S. 139–155, hier S. 142. Vgl. auch Manzo: *Imaging Humanitarianism*, S. 639.

12 James Vernon: *Hunger. A Modern History*. Cambridge, MA/London: Belknap 2007, Kap. 2–3.

hungernden Person gewertet wird. Erst wenn Hunger nicht mehr dem Willen Gottes oder einem individuellen Unvermögen zugeordnet wird, wenn er als vermeidbarer, keineswegs natürlicher oder alternativloser Umstand betrachtet wird und der/die Hungernde als unschuldig, jedenfalls als nicht selbstverschuldet hungerleidend wahrnehmbar wird, erst dann kann Hunger zu bspw. Kritik oder Wohltätigkeit mobilisieren.

Eine entsprechende, bis heute keineswegs exklusive Definition von Hunger als sozialem Problem etablierte sich Vernon zufolge in Großbritannien ab Mitte des 19. Jahrhunderts. Zugleich ist Hunger als humanitärer Beweggrund, d. h. Hunger als ein Problem, das dazu zu mobilisieren vermag, sich für ‚fremde‘ und ‚ferne Andere‘ einzusetzen, ein modernes Phänomen. Dabei ist die historische Etablierung ebenso wie die gegenwärtige Ausgestaltung eines Humanitarismus stark mit der Geschichte (visueller) Medientechnologien einerseits und mit der medialen Repräsentation von Leiden und Atrozitäten andererseits verschränkt.<sup>13</sup> Auch haben sich seit jeher humanitäre und koloniale Praktiken gekreuzt bzw. durchdrungen, wobei letztgenannte ihrerseits auf die medientechnologisch gestützte, mitunter populärkulturelle Konstruktion vermeintlicher Lebenswirklichkeiten in den Kolonien angewiesen waren.<sup>14</sup>

Bereits seit dem späten 19. Jahrhundert werden zum Zwecke der Aufmerksamkeits- und Spendengenerierung bilddokumentarische Repräsentationen von Hunger und Elend herangezogen, die ihren Fokus auf körperliche ‚Abnormalitäten‘ richten. Dabei bewährte sich das (Foto-)Motiv des ‚Hungerkinds‘ schon früh als ein Instrument zur (Er-)Weckung von Interesse und Gefühlen und es diente von Beginn an nicht nur der Aufklärung und Bewusstseinsbildung, sondern auch dem Fundraising: zuerst im Kontext humanitärer Engagements im Zuge von Hungersnöten (z. B. Irlands „Great Hunger“ von 1845 bis 1852, die Indischen Hungersnöte von 1876 bis 1878, 1896 und 1897)<sup>15</sup>, später, d. h. seit dem 20. Jahrhundert, zunehmend auch in der Praxis

13 Vgl. bspw. Vernon: *Hunger*, Kap. 2; Fehrenbach / Rodogno (Hrsg.): *Humanitarian Photography*.

14 Vgl. Stuart Hall: Das Spektakel des ‚Anderen‘. In: Ders.: *Ausgewählte Schriften*, Bd. 4: Ideologie, Identität, Repräsentation, hrsg. v. Juha Koivisto / Andreas Merckens. Hamburg: Argument 2004, S. 108–166; Jan Nederveen Pieterse: *White on Black: Images of Africa and Blacks in Western Popular Culture*. New Haven / London: Yale UP 1992.

15 Vgl. Vernon: *Hunger*, Kap. 2–3; Andrew J. May / Christina Twomey: Australian Responses to the Indian Famine, 1876–78: Sympathy, Photography and the British Empire. In: *Australian Historical Studies* 43,2 (2012), S. 233–252.

der sich gründenden Hilfsorganisationen und NGOs im engeren Sinne.<sup>16</sup> Ab Mitte des 20. Jahrhunderts steigerte sich die öffentliche Präsenz und Bedeutung des Hungerkind-Motivs nochmals einhergehend mit Hungersnöten außerhalb Europas und der sie begleitenden Medienberichterstattung und Spendenwerbung: In den 1960er Jahren und insbesondere im Zuge der Hungersnot in Biafra, die als erste im Fernsehen übertragene Hungersnot gilt, begann sich das ‚Hungerkind‘ als Protagonist von Spendenaufrufen und grundlegend als „universal icon of human suffering“<sup>17</sup> nachhaltig zu etablieren, gemeinsam mit dem Bild einer im Krisenfall ‚vor Ort‘ intervenierenden internationalen Hilfscommunity.<sup>18</sup> Bis heute wird dem ‚Hungerkind‘ – verstanden als visuell-dokumentarisches Motiv, d. h. als Ablichtung eines (ver-)hungernden, seit mehreren Jahrzehnten in aller Regel *schwarzen* Kindes<sup>19</sup> – große Relevanz beigemessen, wenn es darum geht, bei einem Medienpublikum Gefühle wachzurufen und Anschlusshandlungen (v. a. Spenden) zu evozieren. Die immer wieder geäußerte Befürchtung einer Abstumpfung oder Ermüdung des Publikums gegenüber ‚schon zu oft gesehenen‘ Elendsdarstellungen im Allgemeinen und dem Hungerkind-Motiv im Speziellen hat sich bislang nicht bestätigt.<sup>20</sup>

### Das ‚Hungerkind‘ im Fokus der Kritik

Spätestens seit den 1970er Jahren geriet das Hungerkind-Motiv zunehmend in den kritischen Fokus – insbesondere in internen Debatten der erstarkenden Hilfscommunity, aber auch für eine breitere Öffentlichkeit vernehmbar.<sup>21</sup> Die Erfahrungen mit der Hungersnot in Äthiopien

16 Für einen historischen Überblick über die Formierungsphase einer Ikonographie der Kindheit im humanitären Kontext zwischen dem späten 19. Jahrhundert und dem Ende des Zweiten Weltkriegs siehe Fehrenbach: *Children and Other Civilians*.

17 Stanley Cohen: *States of Denial. Knowing about Atrocities and Suffering*. Cambridge: Polity 2001, S. 178.

18 Vgl. Kevin O’Sullivan: *Humanitarian Encounters: Biafra, NGOs and Imaginings of the Third World in Britain and Ireland, 1967–70*. In: *Journal of Genocide Research* 16,2–3 (2014), S. 299–315.

19 Vgl. Fehrenbach: *Children and Other Civilians*, S. 192.

20 Vgl. David Campbell: *The Myth of Compassion Fatigue*. In: Liam Kennedy / Caitlin Patrick (Hrsg.): *The Violence of the Image: Photography and International Conflict*. London / New York: Tauris 2014, S. 97–124.

21 Einen Einblick in Diskussionen der 1960er und 1970er Jahre von deutschen Hilfsorganisationen gewährt Gabriele Lingelbach: *Das Bild der Bedürftigen und die Darstellung von Wohltätigkeit in den Werbemaßnahmen bundesrepublikanischer Wohltätigkeitsorganisationen*. In: *Archiv für Kulturgeschichte* 89,2 (2007), S. 345–365.

von 1984 bis 1985, die mit Band Aid und Live Aid<sup>22</sup> über Großbritannien hinaus zum Medien- und Spendenevent avancierte, führten Beobachter\_innen zufolge zu einer enormen Verdichtung dieser Kritik.<sup>23</sup> Die einsetzende „imagery debate“<sup>24</sup> leitete nicht nur die Erarbeitung von Ethikkodizes ein (z. B. *Code of Conduct on Images and Messages Relating to the Third World*, 1989), sondern forcierte zudem die Idee eines konstitutiven Zusammenhangs zwischen operativer Interventions- bzw. Hilfspraxis einerseits und der in der öffentlichen Kommunikation herangezogenen Bildsprache andererseits.<sup>25</sup>

Jørgen Lissner, einer der Pioniere einer auch medien-öffentlich geäußerten Kritik an der *imagery* von Hilfsorganisationen, umriss bereits im Jahr 1981 im *New Internationalist* viele jener Kritikpunkte, die auch heute noch die medienethischen und repräsentationskritischen Debatten ausmachen:

The starving child image is seen as unethical, firstly because it comes dangerously close to being pornographic. [...] It puts people's bodies, their misery, their grief and their fear on display with all the details and all the indiscretion that a telescopic lens will allow. [...] The starving child image is also unethical because it helps to keep the myth alive that material wealth is the very foundation of a decent quality of life. [...] All the pain and agony in our own midst – broken homes, pollution, crime, drug abuse, loneliness – are conveniently swept under the carpet. And so are all the strengths and riches of the 'unfortunate ones' – their ingenuity, their cultural identity, their close family ties, their generosity, their hospitality. The result is inevitable – once again the superiority of Western civilization and Western values has been brought home.<sup>26</sup>

Angesprochen sind mindestens zwei bis heute dominante Stoßrichtungen bzw. Dimensionen der Kritik: Kritisch hervorgehoben wird *zum einen* die Praxis einer Dehumanisierung, Objektivierung und letztlich Entwürdigung der abgelichteten Person. Deren Leiden werde öffentlich zur Schau gestellt, in der Regel ohne (informiertes) Einverständnis der/des Gezeigten, ja bisweilen sogar unter Inkaufnahme von Nachteilen und Sicherheitsrisiken für die konkrete Person. Kritisiert werden deren Zurschaustellung, die einen starken Eingriff in

22 Siehe hierzu den Beitrag von Benjamin Möckel in der vorliegenden Ausgabe.

23 Vgl. Nandita Dogra: *Representations of Global Poverty. Aid, Development and International NGOs*. London: Tauris 2012; Henrietta Lidchi: Finding the Right Image: British Development NGOs and the Regulation of Imagery. In: Tim Allen / Tracey Skelton (Hrsg.): *Culture and Global Change*. London / New York: Routledge 1999, S. 87–101.

24 Dogra: *Representations of Global Poverty*, S. 5.

25 Lidchi: Finding the Right Image, S. 91.

26 Jørgen Lissner: Merchants of Misery. In: *New Internationalist*, Juni 1981. <http://newint.org/features/1981/06/01/merchants-of-misery/> (Zugriff am 01.06.2015).

die Privat- und Intimsphäre darstellt, ebenso wie die Nicht-Nennung von Namen, geographischen Details oder anderen Kontextfaktoren. Die dargestellte Person werde letztlich auf ihr Leid reduziert und ist folglich nicht viel mehr als ein Objekt, das stellvertretend für ein ‚größeres‘ bzw. kollektives Leid zu stehen hat:

Visualisiert wird nicht das Leiden konkret benannter, sondern abstrakt bleibender Gruppenrepräsentanten. [...] [D]ie Hungernden Afrikas gerinnen zu Kultbildern, zu stilisierten Mustern der visuellen Verkörperung von Schmerzempfindungen [...].<sup>27</sup>

Entsprechende, medien- bzw. bildethisch inspirierte Kritiken werden vornehmlich dann nachdrücklich und mit Vehemenz vorgebracht, wenn das Zeigen der Bilder im Kontext von Spenden*werbung* verortet wird, heilige dieser letztendlich kommerziell anmutende Zweck doch keinesfalls die gewählten Mittel.<sup>28</sup>

Hinzu tritt – *zum anderen* – eine tendenziell langzeitperspektivisch angelegte Kritik, die auf die Reproduktion und Kontinuität von aus der Kolonialzeit stammenden, rassistischen Stereotypen und deren hartnäckige ‚Ablagerung‘ im öffentlichen Bewusstsein hinweist. Kritisch beobachtet wird die öffentliche Kommunikation von Hilfsorganisationen etwa bezüglich ihrer Fokussierung auf Defizite, der Reproduktion von Klischees und ihrer historischen und politischen Kontextvergessenheit. Im Vordergrund steht jedoch die Kritik an einer relationalen Praxis der Selbstaufwertung über die Abwertung einer als ‚anders‘ und ‚fremd‘ gekennzeichneten und hervorgebrachten Gruppe, wobei für die öffentliche Kommunikation von Hilfsorganisationen als besonders gelten kann, dass nicht ‚nur‘ die

27 Sigrid Baringhorst: Solidarität ohne Grenzen? Aufrufe zur Toleranz, Mitleid und Protest in massenmedialen Kampagnen. In: Jörg Bergmann/Thomas Luckmann (Hrsg.): *Kommunikative Konstruktion der Moral*, Bd. 2. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 1999, S. 236–259, hier S. 254; vgl. auch David Campbell: The Iconography of Famine. In: Geoffrey Batchen/Mick Gidley/Nancy K. Miller/Jay Prosser (Hrsg.): *Picturing Atrocity. Photography in Crisis*. London: Reaktion 2012, S. 79–91, hier S. 87.

28 Die Rede ist in entsprechenden Beobachtungen nicht nur von der Instrumentalisierung und Ausbeutung der dargestellten Personen, sondern bspw. auch von einer Manipulation des Publikums – womit das quasi ureigene Geschäft von Werbung recht treffend umschrieben ist. Ein Manipulationsverdacht im Zusammenhang der Kommunikation von Hilfsorganisationen kann nach wie vor empören, solange diese mit Ansprüchen einer altruistischen, Non-Profit-Praxis und/oder einem Bildungsauftrag assoziiert wird.

Minderwertigkeit dieser ‚Anderen‘ behauptet wird, sondern zudem deren Abhängigkeit von ‚weißer Hilfe‘<sup>29</sup>.

Wie die Politikwissenschaftlerin Kate Manzo hervorhebt, erlaubt die ‚Iconography of Childhood‘<sup>30</sup> in diesem Zusammenhang unterschiedliche, teils widersprüchliche Lesarten:

the same image (such as the much critiqued ‘starving baby’ image [...]) can faithfully represent a shared value such as the principle of humanity whilst problematically representing one part of the world as infantile, helpless, and inferior.<sup>31</sup>

So verkörpert ‚das Kind‘ modernen westlichen (Ideal-)Vorstellungen von Kindheit folgend nicht nur Verletzlichkeit und Abhängigkeit, sondern insbesondere Unschuld: Das hungernde Kind kann nichts für seinen Hunger. Bekräftigt wird folglich die für humanitäre Handlungen als erforderlich erachtete Unschuldsvermutung; wachgerufen werden kann zudem ein (matriarchaler) Beschützerinstinkt.<sup>32</sup> Das Motiv des Kindes kann jedoch nicht nur als Verkörperung humanitärer Werte und Prinzipien verstanden werden, sondern wird potentiell als koloniale (Bild-)Strategie lesbar: Dargestellt werden ganze ‚nicht-europäische Völker [...] als unmündige Kinder, die noch der Anleitung und der Hilfe und der Unterstützung bedürfen‘<sup>33</sup>, was die Intervention externer Helfer\_innen rechtfertigen soll. Letztlich kumulieren im Falle des ‚Hungerkindes‘ in seiner visualisierten Gestalt eines hungernden, *schwarzen* Kindes unterschiedliche, für rassistische und koloniale Denkmuster konstitutive Differenzmarker<sup>34</sup> – krank (statt gesund), kindlich (statt erwachsen), passiv (statt aktiv), schweigend (statt sprechend), Opfer (statt Helfer) usw. – zu einem Spektakel des ‚fernen Anderen‘: ‚In der Repräsentation scheint eine

29 Daniel Bendix / Timo Kiesel: White Charity: Eine postkoloniale, rassismuskritische Analyse der entwicklungspolitischen Plakatwerbung in Deutschland. In: *Peripherie* 120,30 (2010), S. 482–495, hier S. 484.

30 Manzo: Imaging Humanitarianism.

31 Ebd., S. 652.

32 Wie Sigrid Baringhorst feststellt, scheinen bei einer ‚säkularisierten Mitleidsethik [...] paternalistische Vorstellungen von Hilfe und maternalistische Fürsorgekonzepte synthetisiert‘ (Baringhorst: Solidarität ohne Grenzen?, S. 254).

33 Aram Ziai im Film *White Charity*, zit. n. Tahir Della / Timo Kiesel: ‚Wir befreien weltweit‘ Rassismuskritik und entwicklungspolitische Spendenwerbung. In: Deutsches Zentralinstitut für soziale Fragen (DZI) (Hrsg.): *DZI Spenden-Almanach 2014*. Berlin: Deutsches Zentralinstitut für soziale Fragen 2014, S. 10–24, hier S. 13.

34 Vgl. z. B. Bendix / Kiesel: White Charity; *White Charity. Schwarzsein & Weißsein auf Spendenplakaten*, ein Film von Carolin Philipp und Timo Kiesel (D 2011). <http://www.whitecharity.de/> (Zugriff am 01.06.2015).

Differenz die andere anzuziehen – so dass sie sich zu einem ‚Spektakel‘ der ‚Andersheit‘ summieren.“<sup>35</sup>

Anzumerken ist, dass bereits Lissner das von ihm prominent kritisierte „starving child image“ nicht (nur) buchstäblich fasst. Stattdessen fungiert für ihn das ‚Hungerkind‘ als eine Art Überbegriff für eine im beschriebenen Sinne fragwürdige (Repräsentations-)Praxis von Hilfsorganisationen; diese wird in der wissenschaftlichen Reflexion vornehmlich als ‚negative‘ Bildsprache diskutiert. In (web-)öffentlichen Diskussionsbeiträgen werden entsprechende Themen in den letzten Jahren verstärkt aufgegriffen und Kritiken vor allem mit ‚porn‘ bzw. ‚pornography‘ betitelt: als ‚poverty porn‘ oder ‚development porn‘, seltener als ‚hunger porn‘ oder ‚disaster porn‘. Das Hungerkind-Motiv bleibt dabei zentral: „The stereotype of poverty porn is the African child with a swollen belly, staring blankly into the camera, waiting for salvation.“<sup>36</sup> Zugleich wird die Kritik auf sprachlich gezeichnete und auf vergleichsweise subtil daher kommende paternalistische Bilder der ‚Dritten Welt‘ und von Entwicklungszusammenarbeit ausgedehnt. Weiterhin vorherrschend ist das Verständnis, dass die öffentliche Kommunikation der Hilfsorganisationen von deren operativer Praxis keinesfalls zu trennen sei. Daher habe eine als angemessen verstandene Repräsentation der Hilfspraxis einerseits und der Lebenswirklichkeiten ‚vor Ort‘ andererseits auf eine Entwürdigung und Instrumentalisierung der dargestellten Personen ebenso zu verzichten wie auf die (narrative/visuelle) Reproduktion der immanent asymmetrischen Beziehung zwischen ‚denen dort‘ und ‚uns hier‘ als paternalistischer oder gar rassistischer Beziehung.

### **Zur Persistenz des ‚Hungerkindes‘ – im buchstäblichen wie übertragenen Sinne**

Das ‚Hungerkind‘ hat in den letzten Jahrzehnten diverse Konjunkturen und Kontextualisierungen<sup>37</sup> in der Praxis westlicher

35 Hall: Das Spektakel des ‚Anderen‘, S. 114.

36 Matt: What is ‘Poverty Porn’ and Why Does it Matter for Development? In: *Aid Thoughts*, Juli 2009. <http://aidthoughts.org/?p=69> (Zugriff am 01.06.2015).

37 Ohne im Detail darauf eingehen zu können, möchte ich anmerken, dass einzelne Fotografien eines hungernden Kindes über die Jahrzehnte hinweg durchaus divergierende Rahmungen erfahren haben – werden doch nicht zuletzt über den ‚begleitenden‘ (Kon-)Text potentielle Lesarten des Bildelements ‚Hungerkind‘ nahegelegt. In diesem Sinne beobachtet zum Beispiel Kate Manzo, wie Kinderbilder in den letzten Jahren immer wieder in einen politisch-advokatorischen Kontext gestellt werden (Manzo: *Imaging Humanitarianism*).

Hilfsorganisationen erfahren. So galt etwa in den 1990er Jahren das Verschwinden des Hungerkind-Motivs bereits als ausgemacht. Dabei handelte es sich jedoch nur um einen kurzzeitigen ‚Erfolg‘, der insbesondere auf die erwähnten Kritiken und die diversen Selbstverpflichtungen zu einer ethischen Bildsprache zurückgeführt wurde.<sup>38</sup> So ist das Hungerkind-Motiv heute keineswegs von den Fernsehschirmen, eher noch von den Plakatwänden verbannt.<sup>39</sup> Insbesondere in der Medienberichterstattung zu Hungersnöten und den damit einhergehenden Spendenaufrufen der Hilfsorganisationen ist dessen unverändert ‚abgelichtete Gestalt‘ immer wieder vorherrschend.<sup>40</sup> John Hilary, Executive Director der NGO War on Want, hat jüngst auf die unerwünschte Wiederkehr einer „development pornography“<sup>41</sup> hingewiesen – darauf, dass ein gewonnen geglaubter Kampf erneut ausgefochten werden müsse.<sup>42</sup> Der konkrete Fall, der Hilary (und andere) beschäftigt, ist ein in mehreren europäischen Ländern ausgestrahlter Fernsehspot<sup>43</sup> der Organisation Save the Children. Dieser reproduziert das ‚Hungerkind‘ quasi in Reinform – nicht nur aufgrund der gewählten Bildsprache. Nicht zuletzt weil Kontextinformationen (wie bspw. der Bezug zu einer konkreten Hungerkrise) fehlen, fällt es schwer, diesem Spot Aufklärungs- oder Bildungsziele zu unterstellen, welche aktuellen gesellschaftlichen sowie professionsethischen Normvorstellungen folgend eine Veröffentlichung solch drastischer Bilder rechtfertigen könnten.<sup>44</sup>

38 Nikki van der Gaag: Images of Fundraising. In: Jill Mordaunt/Rob Paton (Hrsg.): *Thoughtful Fundraising*. London / New York: Routledge 2007, S. 184–198, hier S. 187–188.

39 Das beobachten auch Della / Kiesel: „Wir befreien weltweit!“, S. 12.

40 Campbell: The Iconography of Famine.

41 John Hilary: The Unwelcome Return of Development Pornography. In: *New Internationalist*, Dezember 2014. <http://newint.org/features/2014/12/01/development-pornography/> (Zugriff am 01.06.2015).

42 Ebd.

43 Save The Children: TV-Spot Werbung – Mangelernährung (deutsche Version). [https://www.youtube.com/watch?v=qoxIs\\_XNqF4](https://www.youtube.com/watch?v=qoxIs_XNqF4) (Zugriff am 01.06.2015). Der Spot, der einige Zeit auf der Startseite von Save the Children Deutschland zu sehen war, scheint zwischenzeitlich aus dem Netz genommen worden zu sein. Die englische Version ist nach wie vor abrufbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=99pQ0KJfdoE> (Zugriff am 20.01.2016).

44 Vgl. Philippe Calain: Ethics and Images of Suffering Bodies in Humanitarian Medicine. In: *Social Science & Medicine* 98 (2013), S. 278–285.

Auch wenn von einem Verschwinden des Hungerkind-Motivs demnach nicht die Rede sein kann, werden in der öffentlichen Kommunikation von Hilfsorganisationen körperliche Extreme wie der ‚Hungerbauch‘ oder Auszehrung, die Mitglieder eines westlichen Medien- und Spendenappell-Publikums als Indizien für Hunger – und Hunger als Äquivalent für Not, Mangel oder Unterentwicklung<sup>45</sup> – zu lesen gelernt haben, immer seltener als Ausweis für einen Bedarf an Hilfe herangezogen. Zu beobachten sind mit Blick auf das ‚Hungerkind‘ daneben weitere Trends (in) der Praxis international tätiger Hilfsorganisationen: Zum einen fällt die ungebrochene, in den letzten Jahrzehnten mutmaßlich sogar gesteigerte Verbreitung des fotodokumentarisch isoliert abgelichteten *schwarzen* bzw. rassifizierten Kindes auf.<sup>46</sup> Zum anderen beginnen sich in den letzten Jahren neue Sichtbarkeitsmarker eines fernen Hungers – wiederum mit Kindern assoziiert – zu etablieren, die ‚Hunger‘ oder die Lösungen dieses Problems visuell auszuweisen helfen. Insbesondere das sogenannte MUAC-Band<sup>47</sup> (als Problemindikator) und die in silberne Päckchen eingeschweißte Erdnusspaste (als Problemlösungsinstrument) finden nicht nur in der operativen Interventionspraxis von Hilfsorganisationen, sondern auch in deren öffentlicher Kommunikation zunehmend Verbreitung. Nicht zuletzt wird immer wieder auf fotodokumentarische Darstellungen von Menschen verzichtet und/oder an pop- und jugendkulturelle Werbekonventionen und Bildtraditionen angeschlossen.<sup>48</sup> Allgemein scheint die Nachfrage nach und das Angebot an lösungsorientierten Erfolgsstorys anstelle einer sprachlichen und/oder visuellen ‚Dramatisierung‘ körperlichen Leids in den vergangenen Jahren zugenommen zu haben.

Ein aktuelles Beispiel eines solchen Angebots ist die „Kampagne gegen Mangelernährung“ von UNICEF Deutschland. Auf Plakaten,

45 Erica Burman: *Innocents Abroad: Western Fantasies of Childhood and the Iconography of Emergencies*. In: *Disasters* 18,3 (1994), S. 238–253, hier S. 241.

46 David Jefferess: *Introduction: ‘The White Man’s Burden’ and Post-Racial Humanitarianism*. In: *Critical Race and Whiteness Studies* 11,1 (2015), S. 1–13, hier S. 3.

47 Mit Hilfe des MUAC-Bandes wird bei Kindern unter fünf Jahren der Oberarmumfang gemessen, um mittels dessen Ampelskalierung den Grad der (Unter-)Ernährung zu diagnostizieren.

48 Vgl. Melissa M. Brough: *“Fair Vanity”: The Visual Culture of Humanitarianism in the Age of Commodity Activism*. In: Sarah Banet-Weiser / Roopali Mukherjee (Hrsg.): *Commodity Activism: Cultural Resistance in Neoliberal Times*. New York: New York UP 2012, S. 174–194.

auf denen vor grellblauem Hintergrund eine Erdnuss in Szene gesetzt ist, wird tituliert: „Statt hungernder Kinder zeigen wir Ihnen hier die Lösung.“<sup>49</sup> Explizit Abstand genommen wird damit in selbstkritisch anmutender Manier von der fotografischen Reproduktion des Hungerkind-Motivs; zugleich wird dieses bei so manchem Betrachter abgerufen. Dieser Spendenaufruf baut letztlich, wie viele gegenwärtige Beispiele auf unterschiedliche Weise, auf „phantom spectacles of suffering“ auf: „[they] are conjured up imaginatively even as they are renounced rhetorically: we won't show you gruesome pictures.“<sup>50</sup> Grundlegend bleibt festzustellen, dass das Austauschen visueller Marker noch kein Garant für eine Transformation der nahegelegten Botschaften bzw. Lesarten ist. In diesem Sinne beobachten Tahir Della und Timo Kiesel, dass eine Hinwendung zu Zeichnungen oder Piktogrammen kein Patentrezept gegen diskriminierende Botschaften darstellt: „Selbst wenn die personalisierten Objekt-/Opferdarstellungen ausbleiben, bleibt die Zweiteilung der Welt in Menschen und Gesellschaften, die ein Problem haben, und denen, die die Lösung bringen.“<sup>51</sup> David Campbell weist seinerseits darauf hin, dass ‚positive‘ Bilder – bspw. Fotos von lachenden Kindern – oftmals spontan als Indiz einer erfolgreichen, internationalen Hilfe gedeutet werden, und stellt fest: „the scopic regime that produces ‘Africa’ as a place of lack is so strong that many positive images only reinforce the colonial relations of power embodied in the negative images.“<sup>52</sup> Es ist also *nicht* das gewählte visuelle Hungermotiv im engeren Sinne, das darüber entscheidet, welche Lesarten oder gar Anschlusshandlungen naheliegen (– eine Spendenzahlung oder doch eine Kritik an der gewählten Bildsprache?). Auch die ‚Flucht zum Objekt‘ im Fall der UNICEF-Erdnuss entkommt nicht der für humanitäre Praxis letztlich konstitutiven Problem/Lösung- und der darin angelegten

49 Das Plakat (und eine Vielzahl weiterer Materialien) zur Ende 2013 gestarteten Kampagne lässt sich in der Infothek von UNICEF Deutschland herunterladen. UNICEF: Erdnusspaste kann Leben retten. Poster zur UNICEF-Kampagne gegen Mangelernährung. <https://www.unicef.de/download/25890/f6f31bdca10d33e858e8df4f6acf816d/p0016-ueberleben-ernuss-plakat-a3-web-pdf-data.pdf> (Zugriff am 01.06.2015).

50 Kevin Rozario: „Delicious Horrors“: Mass Culture, the Red Cross, and the Appeal of Modern American Humanitarianism. In: *American Quarterly* 55,3 (2003), S. 417–455, hier S. 443.

51 Della / Kiesel: „Wir befreien weltweit!“, S. 15.

52 Campbell: *The Iconography of Famine*, S. 89.

Vorher/Nachher-Logik<sup>53</sup>; sie erlaubt es jedoch, einigen bildethischen Kritikpunkten konstruktiv zu begegnen, insofern nicht mehr ein konkretes Individuum als generalisiertes Objekt stellvertretend für größeres Leid oder eine Interventionspraxis eintreten muss.

Eine letzte Beobachtung erscheint mir wichtig, auch wenn diese vermutlich die Bezeichnung ‚Trend‘ (noch) nicht verdient hat: Gegenwärtig lässt sich, vielleicht mehr als je zuvor, ein buntes Potpourri der Visualisierung und Versinnbildlichung eines *fernen Hungers* in der öffentlichen Kommunikation von Hilfsorganisationen finden – insbesondere dann, wenn dieser nicht auf den engen und letztlich exzeptionellen (Interventions-)Kontext von Hungersnöten oder akuter Mangelernährung beschränkt, sondern breiter bzw. anders gerahmt wird.<sup>54</sup> In der Folge werden andere Bilder – Bilderwelten und Weltbilder – möglich, bspw. wenn auf das Menschenrecht auf Nahrung gewissenhaft Bezug genommen wird, der Blick auf Hunger verursachende Lebensmittelspekulationen gelenkt wird, politisch und historisch-kolonial evozierte Ungleichheiten betont werden, Verknüpfungen zwischen individuellen (Konsum-)Entscheidungen ‚hier‘ und Lebensrealitäten ‚dort‘ hervorgehoben werden oder wenn zum Beispiel im Zuge der Thematisierung eines „hidden hunger“ Mangel- und Fehlernährung nicht mehr als exklusives Problem des ‚globalen Südens‘ gefasst werden. Tatsächlich setzt das Engagement einiger NGOs bereits wesentlich vielfältiger an, als die nach wie vor dominierende, auf dem ‚Hungerkind‘ (im buchstäblichen wie übertragenen Sinne) aufbauende Kommunikation von Hilfsorganisationen vermuten lässt.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das ‚Hungerkind‘ der Praxis von Hilfsorganisationen bis heute sein Gesicht (ver-)leiht. Nicht nur, weil es nach wie vor (oder: wieder) als visuelles Motiv, auch jenseits von konkreten Hungerkrisen und Hungersnöten, von so mancher Hilfsorganisation medien-öffentlich ‚ausgestellt‘ wird. Es steht zudem als In- bzw. Überbegriff für eine Praxis und Kritik der *imagery* von Hilfsorganisationen: Es verweist in verschiedenen Gestalten auf einen fernen Hunger als ein durch Intervention lösbares Problem und es verleiht einer (kritischen) Praxis Kontur, die von der Idee

53 D.h. *vor* der Intervention/Hilfe und *nach* der Intervention/Hilfe.

54 So auch Diana George: *Changing the Face of Poverty. Nonprofits and the Problem of Representation*. In: John Trimbur (Hrsg.): *Popular Literacy: Studies in Cultural Practices and Poetics*. Pittsburgh: Pittsburgh UP 2001, S. 209–228, hier S. 225.

getragen ist, dass die in der öffentlichen Kommunikation von Hilfsorganisationen gezeichneten Bilder nicht von der operativen Praxis zu trennen sind. Nicht zuletzt hält es sich auch dann, wenn es nicht (mehr) gezeigt wird, hartnäckig: in den Köpfen der Menschen ebenso wie als zwar nicht-visualisierter, aber dennoch in der medialen Kommunikation abgerufener ‚Phantomschmerz‘.